

may

N!  **NACHHALTIGES
WIRTSCHAFTEN**



WIN-CHARTA ZIELKONZEPT

2020

MAY



Zielkonzept im Rahmen der Wirtschaftsinitiative Nachhaltigkeit
Baden-Württemberg (WIN)

Inhaltsverzeichnis

1. Über uns	1
2. Die WIN-Charta	3
3. Unsere Schwerpunktthemen	4
4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen	5
Leitsatz 1: Menschen- und Arbeitnehmerrechte: „Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen.“	5
Leitsatz 11: Regionaler Mehrwert: „Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“	6
Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: „Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“	7
5. Weitere Aktivitäten	8
Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange	8
Umweltbelange	9
Ökonomischer Mehrwert	10
Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption	11
6. Unser WIN!-Projekt	12
7. Kontaktinformationen	13
Ansprechpartner	13
Impressum	13

1. Über uns

UNTERNEHMENS DARSTELLUNG

Die May Gruppe, bestehend aus der May GmbH und der Geschwister May oHG, betreibt die führenden Einzelhandelsgeschäfte für Sport und Mode am Hochrhein entlang der Schweizer Grenze. An den drei Standorten Waldshut, Laufenburg und Bad Säckingen befinden sich zwei Modehäuser und zwei Sporthäuser sowie ein Spezialgeschäft für Handarbeitsbedarf und Kurzwaren. Die Verkaufsfläche beträgt insgesamt etwa 8.000 Quadratmeter. Im Haupthaus in Waldshut kann man zudem im „Cafe & Deli Friedrich's“ lokale und nachhaltige Speisen und Getränke zu sich nehmen. Menschen des regionalen Umlands wissen die Beratung und das hochwertige Sortiment in den attraktiven, modernen Häusern zu schätzen. Ein Teil der Kunden reist aus der Schweiz an, weil sie das Gesamterlebnis der historischen Altstädte mit deren vielseitigen Einkaufsmöglichkeiten sowie der lebendigen Gastronomie sehr schätzen.

Das Unternehmen ist seit über 90 Jahren in Waldshut ansässig und hat in den letzten beiden Jahrzehnten ein erhebliches Wachstum erfahren. Als großer Arbeitgeber spielt das Unternehmen eine wichtige Rolle für die Menschen in der Region.

In der May Gruppe arbeiten 175 Mitarbeiter (Stand Dez. 2020), davon der größte Teil in der Beratung auf den Verkaufsflächen. Der Anteil an weiblichen Mitarbeitern beträgt 80%.

Das Unternehmen engagiert sich stark in der Ausbildung des Nachwuchses und beschäftigt eine Vielzahl an Auszubildenden und dualen Studenten, denen in der Region die Möglichkeit zu einer überdurchschnittlichen Ausbildung gegeben wird. Dazu kooperiert man mit der Modefachschule in Nagold und weiteren regionalen Partnern. Der Anteil der Mitarbeiter in Teilzeit ist durch flexible Arbeitszeitmodelle und die attraktiven Rahmenbedingungen hoch, weil die Vereinbarkeit von Familie und Beruf ernst genommen wird und individuelle Lösungen ermöglicht werden. Durch vielfältige Aktivitäten in den Bereichen Sport und Kultur versteht sich das Unternehmen May als ein wichtiger Partner im regionalen Leben am Hochrhein.


Das Unternehmen wird von Geschäftsführer Michael Polzer sowie dem geschäftsführenden Gesellschafter Ulrich Gröber geleitet.

WARUM WIN-CHARTA

Um unsere Aktivitäten im Bereich der Nachhaltigkeit zu bündeln und für Mitarbeiter und Kunden transparenter zu machen, haben wir uns Anfang 2020 entschieden, die WiN-Charta zu unterzeichnen. In einem mehrmonatigen Prozess haben wir in mehreren Workshops den Status Quo unseres Unternehmens erhoben und uns Ziele für die nähere Zukunft gesetzt, die wir gemeinsam umsetzen wollen.

CORONA

Der vorliegende Bericht entsteht zum Jahreswechsel 2020/2021 in einer Zeit, in der die Folgen der Corona-Krise noch nicht absehbar sind. Die derzeitigen Bemühungen um die ökologische Ausrichtung



unseres Unternehmens bleiben von den Auswirkungen der Maßnahmen nicht unberührt. Die erste Schließung der Geschäfte und auch die Grenzschließung haben massive betriebswirtschaftliche und soziale Folgen für das Unternehmen gehabt. Seit November 2020 befindet sich Deutschland in der zweiten „Lockdown“-Phase, die seit 16. Dezember wieder zur Schließung der Geschäfte geführt hat und deren Ende noch nicht vorauszusehen ist.

Daher gilt der Fokus des unternehmerischen Handelns auf dem Erhalt des Unternehmens und der damit verbundenen Arbeitsplätze. Wir sind jedoch fest entschlossen, trotz der widrigen Umstände den eingeschlagenen Weg der nachhaltigen Erneuerung unseres Unternehmens weiter zu gehen.

WESENTLICHKEITSGRUNDSATZ

Mit diesem Bericht dokumentieren wir unsere Nachhaltigkeitsarbeit. Der Bericht folgt dem Wesentlichkeitsgrundsatz. Er enthält alle Informationen, die für das Verständnis der Nachhaltigkeitssituation unseres Unternehmens erforderlich sind und die wichtigen wirtschaftlichen, ökologischen und gesellschaftlichen Auswirkungen unseres Unternehmens widerspiegeln.

2. Die WIN-Charta

BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT UND ZUR REGION

Mit der Unterzeichnung der WIN-Charta bekennen wir uns zu unserer ökonomischen, ökologischen und sozialen Verantwortung. Zudem identifizieren wir uns mit der Region, in der wir wirtschaften.

DIE 12 LEITSÄTZE DER WIN CHARTA

Die folgenden 12 Leitsätze beschreiben unser Nachhaltigkeitsverständnis.

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

Leitsatz 01 – Menschen- und Arbeitnehmerrechte: *"Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen."*

Leitsatz 02 – Mitarbeiterwohlbefinden: *"Wir achten, schützen und fördern das Wohlbefinden und die Interessen unserer Mitarbeiter."*

Leitsatz 03 – Anspruchsgruppen: *"Wir berücksichtigen und beachten bei Prozessen alle Anspruchsgruppen und deren Interessen."*

Umweltbelange

Leitsatz 04 – Ressourcen: *"Wir steigern die Ressourceneffizienz, erhöhen die Rohstoffproduktivität und verringern die Inanspruchnahme von natürlichen Ressourcen."*

Leitsatz 05 – Energie und Emissionen: *"Wir setzen erneuerbare Energien ein, steigern die Energieeffizienz und senken Treibhausgas-Emissionen zielkonform oder kompensieren sie klimaneutral."*

Leitsatz 06 – Produktverantwortung: *"Wir übernehmen für unsere Leistungen und Produkte Verantwortung, indem wir den Wertschöpfungsprozess und den Produktzyklus auf ihre Nachhaltigkeit hin untersuchen und diesbezüglich Transparenz schaffen."*

Ökonomischer Mehrwert

Leitsatz 07 – Unternehmenserfolg und Arbeitsplätze: *"Wir stellen den langfristigen Unternehmenserfolg sicher und bieten Arbeitsplätze in der Region."*

Leitsatz 08 – Nachhaltige Innovationen: *"Wir fördern Innovationen für Produkte und Dienstleistungen, welche die Nachhaltigkeit steigern und das Innovationspotenzial der baden-württembergischen Wirtschaft unterstreichen."*

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

Leitsatz 09 – Finanzentscheidungen: *"Wir handeln im Geiste der Nachhaltigkeit vor allem auch im Kontext von Finanzentscheidungen."*

Leitsatz 10 – Anti-Korruption: *"Wir verhindern Korruption, decken sie auf und sanktionieren sie."*

Regionaler Mehrwert

Leitsatz 11 – Regionaler Mehrwert: *"Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften."*

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: *"Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein."*

ENGAGIERTE UNTERNEHMEN AUS BADEN-WÜRTTEMBERG

Ausführliche Informationen zur WIN-Charta und weiteren Unterzeichnern der WIN-Charta finden Sie auf www.win-bw.com.

3. Unsere Schwerpunktthemen

KÜNFTIGE SCHWERPUNKTE UNSERER NACHHALTIGKEITSARBEIT

Im kommenden Jahr konzentrieren wir uns schwerpunktmäßig auf die folgenden Leitsätze der WIN-Charta:

- Leitsatz 1: Menschen- und Arbeitnehmerrechte: „Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen.“
- Leitsatz 11: Regionaler Mehrwert: „Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“
- Leitsatz 12: Anreize zum Umdenken: „Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

WARUM UNS DIESE SCHWERPUNKTE BESONDERS WICHTIG SIND

Als regionales Handelsunternehmen möchten wir mit der Unterzeichnung der WiN-Charta ein Zeichen setzen: Nach außen, um unseren Kunden und Partnern zu signalisieren, dass wir uns mit dem Thema intensiv befassen und bereit sind, sowohl in der Region als auch in der Branche Zeichen zu setzen. Intern wollen wir mit unseren Mitarbeitern einen Veränderungsprozess anstoßen, um sie mit auf die „Reise zur Nachhaltigkeit“ zu nehmen. Dabei ist unser Engagement nicht kurzfristig angelegt, sondern soll der Auftakt zu einer Veränderung sein, der das ganze Unternehmen in den nächsten Jahren verändern wird.

Nachhaltigkeit hat viele Facetten, die in den 12 WiN-Leitsätzen abgebildet sind. Einige dieser Themen sind eher technischer Natur, andere betreffen die betriebswirtschaftliche Seite des Unternehmens. Wir haben uns entschieden, den Schwerpunkt zum Start von WiN bei May auf die verhaltensbedingten Leitsätze zu legen. Aus unserer Überzeugung kann eine nachhaltige Veränderung erst entstehen, wenn dafür die Grundlagen in der Unternehmenskultur gelegt sind. Daher haben wir die Leitsätze 1, 11 und 12 der Charta ausgewählt, um einen langfristig angelegten unternehmenskulturellen Veränderungsweg zu beschreiten. Die Rolle der Mitarbeiter im Unternehmen und die regionale Verwurzelung sind zentrale Bausteine des Erfolges unserer Nachhaltigkeitsinitiative.

4. Zielsetzung zu unseren Schwerpunktthemen

Leitsatz 1: Menschen- und Arbeitnehmerrechte: „Wir achten und schützen Menschen- und Arbeitnehmerrechte, sichern und fördern Chancengleichheit und verhindern jegliche Form der Diskriminierung und Ausbeutung in all unseren unternehmerischen Prozessen.

WO STEHEN WIR?

Im Unternehmen May halten wir uns in allen Bereichen an Artikel 3 des Grundgesetzes der Bundesrepublik Deutschland. Bei uns wird niemand wegen seines Geschlechts, seiner Abstammung, seiner Nationalität, seiner Sprache, seiner Heimat und Herkunft, seines Glaubens, seiner religiösen oder politischen Anschauungen benachteiligt oder bevorzugt. Auch wird niemand wegen seiner Behinderung benachteiligt.

Wir streben eine langfristige Bindung unserer Mitarbeiter an. Daher werden ausschließlich unbefristete Arbeitsverträge ausgestellt. Bei uns gibt es flexible Einsatzpläne und Arbeitszeiten. Wir verzichten auf ein fixes Schichtsystem und bieten unseren Mitarbeitern so die Möglichkeit, ihren Beruf und ihr Familienleben besser miteinander zu vereinbaren. Im gesamten Unternehmen gilt das Prinzip der offenen Tür. Jeder Mitarbeiter, Vorgesetzte und Geschäftsführer ist jederzeit direkt ansprechbar und greifbar. Für ein harmonisches Miteinander haben wir Spielregeln erstellt, deren Einhaltung uns in der täglichen Zusammenarbeit hilft und unterstützt. Wir arbeiten in Großraumbüros und fördern so den Austausch zwischen den einzelnen Bereichen des Unternehmens, aber auch innerhalb der Teams. Daneben haben wir Ruhe-Arbeitsplätze geschaffen, um ihnen den Raum zu geben, konzentriert an ihren Projekten zu arbeiten. Regelmäßig finden Mitarbeitergespräche statt, in denen Feedback gegeben und Entwicklungen besprochen werden. Unseren Mitarbeitern wird eine persönliche und betriebliche Weiterentwicklung ermöglicht. Gemeinsam mit dem direkten Vorgesetzten kann ein Plan erarbeitet werden, wie diese aussehen kann.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Wir sind stolz auf die bereits erreichten Standards, die in der Branche außerordentlich sind. Umso wichtiger ist es, uns kontinuierlich weiterzuentwickeln. Dies hat zu der Gründung eines Change Teams um den geschäftsführenden Gesellschafter Ulrich Gröber geführt, welches Aspekte der Zusammenarbeit, der internen Kommunikation und der Transparenz zum Inhalt hat (s. auch Leitsatz 2).

Der Prozess der Feedback-Kultur steht im Rahmen des Change Teams unter Prüfung und wird in Zukunft angepasst. Das Ziel ist es, Mitarbeitergespräche weniger Top Down zu führen, sondern auch die Peer Gruppe mit einzubeziehen.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

Ob es uns gelingt, Mitarbeiter langfristig zu binden, werden wir an unserer Fluktuationsquote und auch an unseren durchschnittlichen Krankheitstagen messen, indem wir unsere Quote mit dem Branchendurchschnitt vergleichen. Sollte sich über einen längeren Zeitraum herausstellen, dass die Fluktuationsquote höher ist oder steigt, werden wir entsprechende Maßnahmen ergreifen.

Doch schon in unmittelbarer Zukunft möchten wir anhand von konkreten Feedback-Umfragen unter unseren Mitarbeitern regelmäßig befragen, wie es ihnen in unserem Unternehmen geht.

Leitsatz 11: Regionaler Mehrwert: „Wir generieren einen Mehrwert für die Region, in der wir wirtschaften.“

WO STEHEN WIR?

May ist eines der großen Unternehmen in der Region mit einer Strahlwirkung, die nicht nur im deutschen Umland wurzelt, sondern auch bis tief in die Schweiz reicht. Das Image der Stadt Waldshut ist eng mit der historischen Altstadt verknüpft, in der die Geschäfte von May eine prägende Rolle haben. Auch stellen in Bad Säckingen das Modehaus und in Laufenburg das Sporthaus einen wichtigen Anziehungspunkt dar. Als ein großer und wichtiger Arbeitgeber in der Region ist sich das Unternehmen seiner verantwortungsvollen Rolle bewusst.

Mit drei Standorten am Hochrhein schafft May regionale, familienfreundliche Arbeitsplätze. Zudem stärkt May die Region, indem im hauseigenen Café in Waldshut ausschließlich regionale Produkte verkauft werden. Wir gehen Kooperationen ein, um die Region zusätzlich zu stärken, zum Beispiel mit den lokalen Stadtvereinen. Das Sponsoring regionaler Sportevents und der Sportvereine nehmen wir ernst und unterstützen es finanziell und auch tatkräftig. Wir sind außerdem Mitglied in den örtlichen Stadtmarketingvereinen und fördern gemeinsame Aktionen zur Aufwertung des städtischen Lebens.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Aus dem „Black Friday“ wollen wir lokal einen „Green Friday“ initiieren. Bonuspunkte, die Kunden mit ihren Einkäufen sammeln, sollen für einen guten regionalen Zweck gespendet werden können.

In Zukunft soll es außerdem ein ganzheitlicheres Konzept geben, um die Themen Sponsoring, Spenden und Unterstützung in der Region zu vereinen.

Unser Ziel bleibt es, für die Region ein Motor der Veränderung und ein gutes Vorbild zu sein.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

Unsere Ziele lassen sich am besten durch die innerhalb eines Jahres gespendete Summe, sei es durch Kunden oder durch gezielte Aktionen, messen. Des Weiteren werden wir ein Reporting über die Aktionen und Erfolge erstellen, um Verbesserungspotenzial und Weiterentwicklungsmöglichkeiten zu entwickeln.

Leitsatz 12 – Anreize zum Umdenken: „Wir setzen auf allen Unternehmensebenen Anreize zum Umdenken und zum Handeln und beziehen sowohl unsere Mitarbeiter als auch alle anderen Anspruchsgruppen in einen ständigen Prozess zur Steigerung der unternehmerischen Nachhaltigkeit ein.“

WO STEHEN WIR?

Wir haben erkannt, dass wir als Unternehmen in einen Veränderungsprozess begeben müssen, um den dynamischen Rahmenbedingungen zu begegnen. Diese Transformation werden wir fest in unserer Organisation und in der Haltung der Mitarbeiter verankern. Die entstehende Veränderungsbereitschaft und Energie wollen wir auch nutzen, um unser Unternehmen nachhaltig aufzustellen. Dazu haben wir die Denkwerkstatt gegründet, ein fest institutionalisierte Innovationswerkstatt für Veränderung und Transparenz.

Das Change Team der denkwerkstatt ist eine Arbeitsgruppe mit Mitgliedern aus allen Unternehmensbereichen und hat es zur Aufgabe, die Arbeitsweise im Unternehmen May kritisch zu hinterfragen und zu optimieren.

Die interne Kommunikation wurde transparent umgestellt, die Mitarbeiter erhalten regelmäßige Updates über die Entwicklung des Unternehmens und die Beschlüsse der Geschäftsleitung. Auch die breite, lokale Öffentlichkeit wird über unser Vorhaben und Meilensteine informiert werden.

WIE WIR VERÄNDERUNGEN HERBEIFÜHREN WOLLEN

Wir möchten unsere Mitarbeiter wie auch unsere Kunden regelmäßig über den Nachhaltigkeits-Prozess informieren und gleichzeitig Tipps rund um das Thema Nachhaltigkeit im Alltag geben.

Mitarbeiter sollen in Zukunft in betriebliche Entscheidungsprozesse eingebunden werden und wir möchten einen internen Ideenpool für die weitere nachhaltige Ausrichtung entwickeln.

DARAN WOLLEN WIR UNS MESSEN

Wir werden regelmäßige Reportings erstellen, wie oft wir intern wie extern zum Thema Nachhaltigkeit kommuniziert haben. Ziel ist es, mindestens einmal pro Woche Mitarbeiter und Kunden auf das Thema aufmerksam zu machen.

5. Weitere Aktivitäten

Menschenrechte, Sozial- & Arbeitnehmerbelange

LEITSATZ 02 – MITARBEITERWOHLBEFINDEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Das Mitarbeiterwohlbefinden ist für das Unternehmen May eine wichtige Säule für den Erfolg. So sind alle Mitarbeiter-Bereiche ebenso hochwertig ausgestattet, wie die Verkaufsflächen. An fast allen Standorten gibt es zudem gesonderte Aufenthalts- und Ruheräume.
- Wir haben ein aktives Gesundheitsmanagement, das sich um die Belange der Mitarbeiter kümmert. Dieses reicht von jährlichen Gesundheitsbroschüren mit Tipps rund um Ernährung und Sport, über regelmäßige Newsletter bis hin zu Aktionstagen vor Ort. Darüber hinaus ist es unseren Mitarbeitern möglich, Sportausrüstung zu geringen Preisen auszuleihen. Während der Corona-Maßnahmen ist diese Leistung ausgesetzt.
- Freies WLAN für alle Mitarbeiter an allen Standorten.
- An all unseren Standorten stehen Trinkwasser-Spender für die Mitarbeiter bereit.
- Unsere Verkaufsräume sind größtenteils klimatisiert, so dass selbst bei großer Hitze das Arbeiten auf den Verkaufsflächen angenehm ist und die Mitarbeiter nicht zusätzlich belastet werden.
- Wir prüfen für die Zukunft, welche Möglichkeiten wir haben, unsere Mitarbeiter mit weiteren Vorteilen zu Freizeitaktivitäten auszustatten. So ist zum Beispiel eine Jahreskarte für das örtliche Schwimmbad oder eine übertragbare Schwarzwald Card denkbar.
- Der Erfolg unseres Strebens nach langfristiger Mitarbeiterbindung zeigt sich auch in der geringen Fluktuationsquote, die unser Unternehmen aufweisen kann. Auch die Krankheitsquote ist gering.
- Unsere Mitarbeiter erhalten einen Mitarbeiterrabatt auf Einkäufe in unseren Häusern. Sowohl für den Eigenbedarf wie auch für den Einkauf für Dritte gibt es eine attraktive Staffelung.
- Im Rahmen der internen Weiterbildung haben wir ein ausgebildetes Trainerteam. Diese vermitteln unseren Verkaufsmitarbeitern in diversen Workshops die eigens entwickelte May Beratungsroute. Diese ist individuell auf unser Unternehmen, unsere Mitarbeiter und die Bedürfnisse unserer Kunden zugeschnitten.
- Auch in Zukunft werden wir die Bedürfnisse der Mitarbeiter ernst nehmen und jede Anregung für Verbesserung auf ihre Umsetzbarkeit prüfen.

LEITSATZ 03 – ANSPRUCHSGRUPPEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Unsere beiden größten Anspruchsgruppen sind unsere Mitarbeiter und unsere Kunden.
- Wir haben Microsoft Teams als firmeninterne Kommunikationsplattform eingeführt. Dadurch können wir unmittelbarer, direkter und flächendeckender kommunizieren und Informationen an unsere Mitarbeiter weitergeben. Wir schaffen dadurch zusätzlich die Möglichkeit, die

Kommunikation unter den Mitarbeitern zu fördern und ersparen allen Unternehmensbereichen lange Kommunikationswege.

- Kundenmeinungen, die uns über die Social Media Kanäle oder per Email erreichen, werden wertschätzend bearbeitet, jedes Feedback wird ernst genommen. Ebenso werden Bewertungen der Kunden über Google bearbeitet, beantwortet und Feedback wie Kritik entsprechend weitergereicht.
- Mit unseren Kunden wollen wir noch stärker in einen stetigen Kommunikationsaustausch gehen.
- Für unsere Mitarbeiter planen wir für die Zukunft die Einführung einer regelmäßigen Zufriedenheitsumfrage, um die Stimmung, Wünsche und Kritik sowie das Feedback der Mitarbeiter einzuholen, auszuwerten und gegebenenfalls erforderliche Maßnahmen zu treffen. Die Regelmäßigkeit soll auch der Überprüfung dienen, inwieweit Feedback umgesetzt werden kann.
- Eine Zufriedenheitsumfrage unter unseren Kunden ist geplant, um noch gezielter auf die Kundenbedürfnisse eingehen zu können.

Umweltbelange

LEITSATZ 04 – RESSOURCEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Unser Fuhrpark wird sukzessive auf umweltfreundliche Antriebsformen umgestellt.
- Für unsere Auszubildenden stellen wir das Ticket für den ÖPNV zur Verfügung. Eine übertragbare Fahrkarte ist zusätzlich für alle Mitarbeiter für dienstinterne Fahrten nutzbar.
- Im Bereich der Abfalltrennung nutzen wir unsere derzeit vorhandenen Möglichkeiten. Eine weitere Verbesserung ist angestrebt, bedarf aber externer Hilfe. Dies soll in zukünftigen Schritten geschehen.
- Wir arbeiten ebenfalls an der schrittweisen Umstellung auf papierloses Arbeiten. Einige Unternehmensbereiche arbeiten bereits weitgehend digital, in anderen Bereichen müssen noch die entsprechenden Grundlagen geschaffen werden.
- Die Einführung eines Dienstrades ist für die nahe Zukunft geplant. Wir arbeiten bereits an der Umsetzung.
- Für die Zukunft prüfen wir die Möglichkeit, das ortsansässige e-Car Angebot für uns ergänzend zu unserem eigenen Fahrzeugbestand zu nutzen, um dadurch den Fahrzeugpool zu reduzieren.

LEITSATZ 05 – ENERGIE UND EMISSIONEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Die Beleuchtung in unseren Häusern ist nahezu komplett auf LED umgestellt. Die noch ausstehenden Räumlichkeiten sollen zeitnah folgen.
- Unser Strombezug wurde bereits auf Ökostrom umgestellt. Ebenso wurde beim Umbau 2017 ein Energieberater hinzugezogen, um die Energieeffizienz zu gewährleisten.

- Wir wollen die Digitalisierung bei May möglichst klimaneutral gestalten. Dazu untersuchen wir die Verbräuche und prüfen Verbesserungspotentiale
- Wir stellen Spielregeln für den verantwortungsvollen Umgang mit digitalen Medien auf, insbesondere verhaltensorientiert: so ist z.B. das Streamen von Videos aus dem Mobilfunknetz CO2-trächtiger als das Streamen im Netzwerk.
- Desweiteren überprüfen wir die Klimaauswirkungen z.B. unserer Server.
- Es ist angestrebt, eine CO2 Kompensation zu leisten. Ideen sind regionale Projekte sowie die Unterstützung des myClimate-Bündnisses
- Wir stellen unsere externe Printproduktion für Prospekte, Flyer, Visitenkarten etc. auf ein schadstofffreies und klimaneutrales Drucksystem um; der Dienstleister ist ebenfalls WIN-Charta Mitglied.
- Der Textildruck für unsere hausinternen Leuchtrahmen wird auf einen Dienstleister umgestellt, der klimaneutral arbeitet und eine zusätzliche Kompensation für regionale Umweltprojekte anbietet.

LEITSATZ 06 – PRODUKTVERANTWORTUNG

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Die Produktverantwortung stellt für das Unternehmen May einen zentralen Leitsatz dar. Hier haben wir das größte Potenzial, aber auch die größten Herausforderungen für nachhaltiges Handeln in unserer Branche. Es gibt viele, nicht unmittelbar beeinflussbare Komponenten, die einer genauen Bearbeitung und Untersuchung bedürfen. Es gibt zahlreiche denkbare Ansätze und Methoden, die in Zukunft ein wichtiger Bestandteil der Bearbeitung der Nachhaltigkeitsthematik bei May werden.
- Erarbeiten eines Leitfadens, Prüfung von Lieferanten, Kundenbefragungen oder Anregung zur Zweitnutzung von Kleidung sind dabei nur einige Beispiele.
- Grundsätzlich wir bei uns Ware immer abgeschleust und nachgenutzt, nicht vernichtet.
- Wir werden zukünftiger bewusst in Marken investieren, die in ihrer Lieferkette auf soziale und ökologische Standards achten.
- Bei gleichwertigen Qualitäten und Konditionen bevorzugen wir die nachhaltigen Kapseln der Hersteller.
- Wir beobachten das Label „Grüner Knopf“ und werden alle Möglichkeiten für uns prüfen.

Ökonomischer Mehrwert

LEITSATZ 07 – UNTERNEHMENSERFOLG UND ARBEITSPLÄTZE

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Neben der bereits erwähnten flexiblen Einsatzplanung, stellen wir durch ein Controlling der Live-Unternehmensdaten sicher, dass kurzfristig auf Entwicklungen reagiert werden
- Wir werten Verkaufszahlen detailliert aus und betreiben aktives, bundesweites Benchmarking.

- Im Change Team wird zusätzlich an einem Konzept gearbeitet, das die Mitarbeiterentwicklung fördern soll.

LEITSATZ 08 – NACHHALTIGE INNOVATIONEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Im Jahr 2020 haben wir erstmals Tüten aus Graspapier im Verkauf eingesetzt. Diese ersetzen unsere bisherigen Tüten nach Abbau der derzeitigen Bestände vollständig. Die Tüten werden ökologisch in Europa produziert und zertifiziert CO2-neutral in unsere Häuser transportiert.
- Gemeinsam mit unserem Partner Bag Company, von dem wir auch die Tüten aus Graspapier beziehen, konnten wir nicht nur dieses Projekt, sondern auch Seidenpapier und Aufkleber aus Graspapier sowie Anzughüllen aus umweltfreundlichem Material umsetzen. Weitere Produktveränderungen sind geplant.
- Wir haben außerdem in diesem Jahr den Anbieter von Büroartikeln gewechselt und sind dort auf eine nachhaltige Alternative umgestiegen.
- In Zukunft möchte May die Mitarbeiter aktiv über einen Blog, Workshops und weitere Methoden einbinden sowie das Verbesserungs- und Ideenmanagement durch die Mitarbeiter fördern.

Nachhaltige und faire Finanzen, Anti-Korruption

LEITSATZ 09 – FINANZENTSCHEIDUNGEN

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Bei Betriebsinvestitionen werden umweltfreundliche Alternativen von uns immer bevorzugt.
- Das Change Team arbeitet außerdem daran, wie Geschäftsentwicklungen in Zukunft transparent für alle Mitarbeiter dargestellt werden können.
- Ein weiterer Baustein des Change Teams ist die Konzeption eines Beteiligungsprozess-Systems.

LEITSATZ 10 – ANTI-KORRUPTION

Ziele und geplante Aktivitäten:

- Wir bei May vertreten den Grundsatz, dass wir unseren Mitarbeitern grundsätzlich zu 100% vertrauen. Daher gibt es keine aktiven Sicherheitsmaßnahmen.
- Sehen wir unser Vertrauen im Hinblick auf Korruption, Vorteilsnahme oder Manipulation missbraucht, werden unternehmensseitig kompromisslose Konsequenzen gezogen.
- Durch die Massnahmen und Überlegungen zu mehr Transparenz in der Unternehmensführung für die Mitarbeiter gehen wir von einem noch stärkeren Engagement und noch mehr Identifikation der Mitarbeiter mit dem Unternehmen aus. Dies ist auch als Vorsorge gegen unternehmensschädliches Verhalten gedacht.

6. Unser WIN!-Projekt

DIESES PROJEKT WOLLEN WIR UNTERSTÜTZEN

Im 1. WIN Jahr werden wir den lokalen Bund für Umwelt und Naturschutz Deutschland (BUND) in Waldshut beim Projekt „Eschbachtal“ unterstützen. Dort befindet sich ein rund fünf Hektar großes Biotop, in dem jährlich diverse Arbeiten anfallen: Bäume fällen und Beschnitt entfernen, Baumbeschnitt, pflanzen von neuen Bäumen sowie Baumschutz anbringen.

ART UND UMFANG DER UNTERSTÜTZUNG

Wir möchten unser WIN-Projekt durch tätige Hilfe unserer Mitarbeiter unterstützen. Wieviel Arbeitszeit insgesamt zur Verfügung gestellt werden kann, wird sich in der nächsten Zeit herausstellen.

Gemeinsame Arbeitseinsätze sind ebenso denkbar wie die Förderung individueller Mitarbeiterinitiativen oder Projekte unserer Azubis.

Des Weiteren planen wir bei der Entwicklung unserer hauseigenen App die Möglichkeit ein, dass unsere Kunden Ihre bei uns erhaltenen Bonuspunkte in Spenden für unser Projekt umwandeln. Dadurch kann sich ein deutliches finanzielles Engagement ergeben.

Schließlich möchten wir unseren Kunden die Möglichkeit geben, Rabattvorteile zum Beispiel aus Schlussverkäufen oder Aktionen wie dem „Green Friday“ ganz oder teilweise an das Projekt weiterzugeben.

7. Kontaktinformationen

Ansprechpartner

Stefanie Lederer

Email: lederer@may.de

Telefon: +49 7751 / 9118 337

Impressum

Herausgegeben am 01.03.2021 von

Geschwister May oHG

Kaiserstr. 57

79761 Waldshut

Telefon: +49 7751 / 9118 0

Fax: + 49 7751 / 9118 12

E-Mail: info@may.de

Internet: www.may.de

